BAB I

PENDAHULUAN

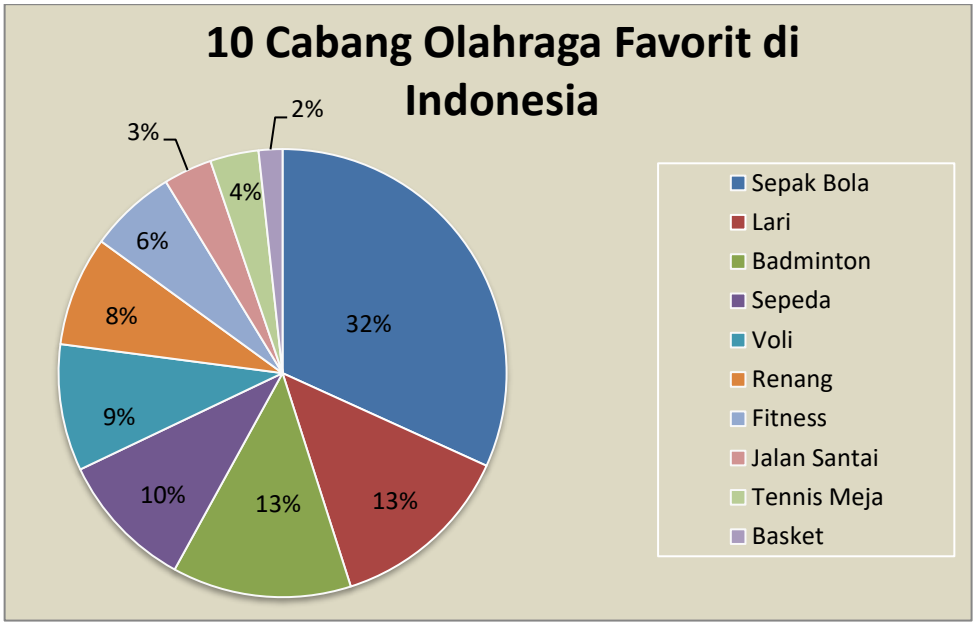
1.1 Latar Belakang

Perkembangan di dunia usaha semakin kompetitif yang menyebabkan adanya pergeseran-pergeseran, baik pada produk atau jasa itu sendiri maupun pada keinginan konsumen. Semakin banyaknya variasi, khususnya pada pelayanan jasa sejenis yang ditawarkan akan memberikan banyak pilihan bagi konsumen. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa segala aktivitas jasa dan berbagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual oleh suatu pihak kepada pihak lain yang secara esensial jasa ini tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan atas apapun. Pentingnya dalam usaha jasa adalah untuk menciptakan dan membangun hubungan antar pemilik usaha dengan konsumen dapat diharapkan bisa mencapai suatu tujuan.

Usaha jasa penyewaan lapangan sepak bola semakin berkembang seiring perkembangannya olahraga sepak bola dari tahun ke tahun dengan didorongnya minat bermain sepak bola. Sepak bola Indonesia sendiri dimulai pada 19 April 1930, yakni ketika PSSI (Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia) terbentuk. Seiring berjalannya waktu, PSSI memperluas kompetisi dalam negeri, misalnya dengan menyelenggarakan Liga Indonesia, secara aktif mengadakan kompetisi sepak bola wanita, dan kompetisi dalam kelompok usia tertentu (U-15, U-17, U-19, dst).

Dengan tingginya atensi terhadap sepak bola dapat mempengaruhi bisnis dalam industri olahraga itu sendiri. Sehingga peluang usaha penyewaan lapangan sepak bola sangat besar tidak menuntut kemungkinan di masa mendatang usaha penyewaan lapangan lapangan sepak bola meningkat. Dengan perkembangan Sepak bola dari tahun ke tahun yang semakin pesat dapat dijadikan suatu peluang bisnis dan juga dapat memperluas segmentasi pasar yang ada.

Alvara Research Center melakukan sebuah survei dengan skala nasional tentang banyaknya ketertarikan terhadap olahraga, khusunya olah raga sepak bola sebagai berikut :



Gambar 1.1 Data Survei Alvara Research Center pada tahun 2019

Sumber : https://databoks.katadata.co.id, Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan hasil survei diatas, menunjukan bahwa tingginya minat terhadap sepak bola di Indonesia cukup tinggi. Sepak bola dijadikan hobi dan sering kali dijadikan rutinitas yang biasa disebut dengan istilah "*Mabol*" (Main Bola) oleh para pengguna jasa lapangan sepak bola. Mulai dari yang tidak kenal menjadi kenal dan akhirnya membuat sebuah komunitas klub bola untuk bertanding atau *sparring* dengan komunitas klub lain di lapangan sepak bola khususnya di Lapangan Sepak Bola Akademi Persija Pulomas, yang terletak di DKI Jakarta.

Lapangan sepak bola akademi Persija memiliki standar lapangan dengan lisensi FIFA yang membuat konsumen akan datang ke lapangan tersebut. Berdiri sejak 2019, Lapangan Akademi Persija sudah mempunyai peminatnya terutama kepada penggemar sepak bola Persija. Bahkan, *eks* pemain Persija seperti Vennard Hutabarat pernah merumput disini bersama dengan pemain Persija lainya. Lapangan sepak bola akademi Persija mempunyai luas lapangan dengan

panjang dan lebar 120m x 90m dengan di dukung fasilitas lainya, seperti kualitas rumput standart FIFA, tribun penonton, lampu sorot, ruang ganti pemain serta mempunyai lokasi yang asri dan strategis. Dengan demikian, para pengunjung atau konsumen diharapkan akan betah bermain disana. Lapangan Akademi Persija Pulomas telah dijadikan *homebase* komunitas sepak bola dan disana telah dijadikan ajang untuk turnamen kecil-kecilan. Dengan adanya kompetitor sejenis, tidak menutup kemungkinan jika penyedia jasa lapangan sepak bola lainnya juga turut membuat ajang turnamen atau menjadikan lapangan itu sendiri sebagai *homebase* komunitas tim sepak bola yang pernah bermain di Lapangan Sepak Bola Akademi Persija Pulomas.

Berdasarkan fenomena ini akan memicu peluang bisnis untuk penyedia jasa sewa lapangan tentunya kepada penyedia jasa sewa Lapangan Sepak Bola Akademi Persija Pulomas karena, adanya hobi atau minat yang cukup tinggi kepada olahraga sepak bola dan komunitas tim sepak bola lainnya menjadikan lapangan tersebut sebagai *homebase*. Banyaknya kompetitor sejenis membuat Lapangan Akademi Persija Pulomas harus bersaing dalam meningkatkan retensi konsumen dengan memperhatikan beberapa variabel tertentu.

Kualitas Pelayanan yang diberikan pada konsumen secara maksimal akan mempertahankan retensi konsumen. Di saat pelayanan yang di berikan terkait semua kebutuhan konsumen membuatnya senang, maka reputasi akan terlihat baik. Kualitas Pelayanan menjadi sangat penting dalam hal mengupayakan pencegahan perpindahan loyalitas pelanggan ke pesaingnya. Menurut Doyle (2013) berpendapat bahwa keunggulan bersaing merupakan prinsip yang baik untuk diterapkan oleh perusahaan ke aktivitasnya dibandingkan dengan para pesaingnya. Salah satu keunggulan bersaing adalah membina hubungan yang baik dengan konsumennya. Hubungan yang baik antar konsumen dalam jangka panjang akan mendorong pihak yang terlibat dalam hubungan menemukan cara terbaik dalam berinteraksi sehingga retensi konsumen akan tercipta.

Kualitas Pelayanan menjadi aspek penting dalam keberhasilan tercapainya tujuan perusahaan itu sendiri. “Kualitas pelayanan merupakan evaluasi jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa perusahaan”. Sedangkan pelayanan

merupakan suatu kegiatan yang tidak berwujud dan memberikan suatu kepuasan bagi pemakai jasa tersebut, tetapi hal ini tidak termasuk kepemilikan dan tidak dapat disimpan atau dipindahkan. (Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren dalam Lay *et al*., 2018). Ndubisi dalam Semuel (2012) menyatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan Kualitas Pelayanan yaitu dengan menerapkan Retensi Pelanggan, melalui kegiatan melayani, komunikasi dengan konsumen dan Penanganan Keluhan sebagai fokus dalam membangun hubungan baik dengan konsumen.

Dalam sebuah pelayanan jasa tentunya akan ada kesalahan-kesalahan yang di alami. Hal ini dapat mengakibatkan rasa ketidakpuasan konsumen kepada perusahaan atau penyedia jasa. Secara umum keluhan dapat didefinisikan sebagai informasi yang diberikan oleh pihak kedua karena adanya rasa ketidaksesuaian dalam menerima produk atau jasa. Keluhan pelayanan merupakan suatu ekspresi ketidakpuasan konsumen terhadap standar pelayanan, tindakan atau tidak adanya tindakan pelayanan yang berpengaruh kepada konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan harus mempunyai cara untuk mempertahankan konsumen dengan cara Penanganan Keluhan agar konsumen tidak akan pindah ke kompetitor lainya. Penanganan Keluhan secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seseorang konsumen yang tidak puas menjadi pelanggan barang atau jasa perusahaan yang puas (Wirakanda dan Putri, 2018).

Hambatan berpindah (*Switching Barrier*) telah dianggap sebagai faktor penting yang berkontribusi terhadap retensi pelanggan. Penting untuk dicatat bahwa strategi ini adalah strategi yang digunakan dalam mengunci meningkatkan pelanggan sehingga pelanggan tersebut tidak beralih ke merek lain (Kaur *et al*., 2012).

Hambatan berpindah pada tingkat faktor yang mempersulit konsumen untuk mengganti merek dan menyarankan tiga bentuk hambatan berpindah, yaitu, hubungan interpersonal, biaya beralih, dan daya tarik alternatif yang tersedia (Ghazali *et al*., 2016). Selain itu, hambatan berpindah sesuai dengan sikap konsumen yang terpicu, khususnya mengenai keinginan konsumen untuk menjaga atau tidak menjaga hubungan dengan perusahaan (Miguens dan Vazquez, 2017).

Dengan adanya berbagai hambatan akan membuat konsumen sulit untuk berganti merek. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menciptakan hambatan perpindahan (pelayanan, penanganan yang baik, kenyamanan, dan lainnya) sebagai upaya mempertahankan pelanggan.

Tempat dari penyedia jasa harus mempunyai nilai estetika di sekitar dan mampu membangun kinerja dengan sebaik-baiknya karena akan menjadi nilai tambah bagi pelanggan yang mengunjunginya. Selain itu, penyedia jasa harus mampu membuat para pelanggannya merasa aman dan nyaman selama melakukan aktivitas. Hal ini yang menyebabkan perusahaan harus menciptakan lingkungan yang baik. Dengan adanya lingkungan yang cukup baik dapat memperkuat posisi tempat itu sendiri dimata pelanggannya. Atmosfer kenyamanan mengakibatkan efek emosional serta estetika secara keseluruhan yang dibuat oleh fasilitas yang dimiliki atau pengalaman dari semua indera konsumen (Harefa, 2020). Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan rangsangan yang menarik terhadap kelima panca indera konsumen yakni indera penglihatan (*sight appeal*), pendengaran (*sound appeal*), penciuman (*scent appeal*), perasa (*taste appeal*), peraba (*touch appeal*).

Harefa (2020) berpendapat bahwa, atmosfer kenyamanan dapat ditimbulkan dari banyak hal misalnya lokasi, keramahtamahan dan keamanan. Atmosfer kenyamanan menjadi faktor penentu terpenting bagi para pelanggan dalam menikmati jasa layanan tersebut.

Retensi Konsumen lebih menekankan pada kegiatan pemasaran yang berfokus pada mempertahankan pelanggan melalui pemasaran pengembangan yang berfokus pada perilaku pembelian kembali dari pemasar dan sisi pelanggan (Margarena *et al*., 2021). Retensi konsumen sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya adalah kualitas pelayanan, nilai pelanggan dan keluhan pelanggan.

Adapun penelitian yang berbeda seperti penelitian yang dilakukan oleh Lay *et al*., (2018) yang menyatakan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh positif terhadap Retensi Pelanggan. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian yang

dikemukan oleh Khasanah (2021) yang menyatakan bahwa Penanganan Keluhan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Retensi Pelanggan. Hal tersebut menjadikan adanya perbedaan penelitian tersebut membuat penulis ingin membuat sebuah penelitian terbaru.

Bedasarkan fenomena yang ada dan perbedaan penelitian, membuat penulis tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KELUHAN, HAMBATAN BERPINDAH DAN ATMOSFER KENYAMANAN TERHADAP RETENSI KONSUMEN** (Studi kasus Konsumen Pada Lapangan Sepak Bola Akademi Persija Pulomas)".

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Retensi Konsumen (Studi Kasus Konsumen pada Lapangan Sepak Bola Akademi Persija) ?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Penanganan Keluhan terhadap Retensi Konsumen (Studi Kasus Konsumen pada Lapangan Sepak Bola Akademi Persija) ?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Hambatan Berpindah terhadap Retensi Konsumen (Studi Kasus Konsumen pada Lapangan Sepak Bola Akademi Persija)
4. Apakah terdapat pengaruh antara Atmosfer Kenyamanan terhadap Retensi Konsumen (Studi Kasus Konsumen pada Lapangan Sepak Bola Akademi Persija) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Retensi Konsumen pada konsumen Lapangan Sepak Bola Akademi Persija.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Penanganan Keluhan terhadap Retensi Konsumen pada konsumen Lapangan Sepak Bola Akademi Persija.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Hambatan Berpindah terhadap Retensi Konsumen pada konsumen Lapangan Sepak Bola Akademi Persija.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Atmosfer Kenyamanan pada Retensi Konsumen pada konsumen Lapangan Sepak Bola Akademi Persija.

1.4 Manfaat Penelitian

Melihat dari tujuan penelitian yang disampaikan diatas, peneliti berharap agar penelitian dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Peneliti

   Peneliti dapat memperoleh gambaran umum dan dapat berkesempatan untuk mengetahui varibel-variabel yang dapat mempengaruhi Retensi Konsumen. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan untuk menganalisis suatu masalah sehingga dapat membandingkan ilmu yang di dapat dengan keadaan di masyarakat.
2. Bagi Perusahaan

   Penulis berharap dengan penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan serta informasi tambahan khususnya mengenai Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, Hambatan Berpindah dan Atmosfer Kenyamanan terhadap Retensi Konsumen sehingga dapat mempertahankan konsumen.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memberikan referensi serta meningkatkan wawasan akademisi dalam penelitian yang akan datang.